



Die steigenden Nahrungsmittelpreise signalisieren Wertschätzung

Wird das zu einer besseren Versorgung der Welt führen?

von Klaus F. Zimmermann*

Weltweite Besorgnis über die neue Herausforderung für die Armen der Welt begleitet die kräftig steigenden Lebensmittelpreise sowohl in den reichen Staaten wie in den Entwicklungsländern. Doch alles ist wieder einmal komplexer. Trotz des berechtigten Hungeralarms in Teilen der Welt wuchs global der Wohlstand und die Zahl der Armen ging zurück. Langfristig könnten die Preissteigerungen sogar zu mehr sozialer Gerechtigkeit führen.

Preissteigerungen bei Rohstoffen, insbesondere bei Energie und Lebensmitteln, haben zu einer allgemeinen Inflationsrate geführt, die in Europa über der der letzten beiden Jahrzehnte liegt. Misstrauisch beobachtet die Europäische Zentralbank, dass ihre Zielinflationsrate von zwei Prozent weit überschritten ist. Und dies zu einer Zeit, in der wegen der Finanzmarktkrise Unmengen Geld in das Bankensystem gepumpt und so weitere Inflationspotentiale geschaffen wurden. Die anhaltenden Preissteigerungen drohen die Hoffnungen für viele Haushalte auf einen Realeinkommenszuwachs zu nichts zu machen. Gefühlt haben arme Haushalte und kinderreiche Familien weniger in der Tasche als der Durchschnitt der Gesellschaft.

Aber die Preissteigerungen sind nicht hausgemacht, sodass keine Umverteilungsspielräume vorhanden sind. Die Zentralbank kann sich zurückhalten, da ein Rückgang der Inflationsrate auf ein tolerables Maß bereits prognostiziert ist. Und wesentliche Unterschiede in den Preiszuwächsen zwischen problematischen und normalen Haushalten sind in der amtlichen Statistik nicht festzustellen. Dazu kommt, dass die Ursachen für die Preisanstiege im Wesentlichen nicht bei Angebotsschocks wie etwa Ernteaussfällen liegen.

Verantwortlich ist vielmehr die Nachfrageseite. Dies ist eine Folge des gewaltig gewachsenen Konsums der Entwicklungs- und Schwellenländer. Aber auch der durch Wirtschaftsentwicklung getriebene Energiehunger hat zur Nutzung riesiger Agrarflächen für die Kraftstoffproduktion geführt. Beides sind isolierte Prozesse, die die Welt im Schnitt besser und gerechter gemacht haben. Dies führt dennoch temporär zu Hunger, hauptsächlich in der dritten Welt, den man sehr Ernst nehmen muss.

Aber die steigenden Preise sind vor allem relative Preissteigerungen. Sie drücken eine Wertschätzung der Konsumenten aus, die die Produzenten von landwirtschaftlichen Produkten zu Investitionen in die Landwirtschaft und zu Produktionsausweitungen führen wird. Angesichts seiner Produktivitätsreserven sollte davon insbesondere das arme Afrika profitieren. Sollte Europa dazu seine Agrarmärkte öffnen, dann könnte der Wettbewerb auch die Preise bei uns bändigen. Und die Welt würde ein Stück gerechter.

*Prof. Dr. Klaus F. Zimmermann ist Präsident des Deutschen Instituts für Wirtschaftsforschung.

Impressum

DIW Berlin
Mohrenstraße 58
10117 Berlin
Tel. +49-30-897 89-0
Fax +49-30-897 89-200

Herausgeber

Prof. Dr. Klaus F. Zimmermann
(Präsident)
Prof. Dr. Georg Meran
(Vizepräsident)
Prof. Dr. Tilman Brück
Dr. habil. Christian Dreger
Prof. Dr. Claudia Kemfert
Prof. Dr. Viktor Steiner
Prof. Dr. Gert G. Wagner
Prof. Dr. Christian Wey

Redaktion

Kurt Geppert
PD Dr. Elke Holst
Carel Mohn
Vanessa von Schlippenbach
Manfred Schmidt

Pressestelle

Renate Bogdanovic
Tel. +49 – 30 – 89789–249
presse@diw.de

Vertrieb

DIW Berlin Leserservice
Postfach 7477649
Offenburg
leserservice@diw.de
Tel. 01 805–19 88 88, 14 Cent/min.
Reklamationen können nur innerhalb
von vier Wochen nach Erscheinen des
Wochenberichts angenommen werden;
danach wird der Heftpreis berechnet.

Bezugspreis

Jahrgang Euro 180,–
Einzelheft Euro 7,–
(jeweils inkl. Mehrwertsteuer
und Versandkosten)
Abbestellungen von Abonnements
spätestens 6 Wochen
vor Jahresende
ISSN 0012-1304
Bestellung unter leserservice@diw.de

Satz

eScriptum GmbH & Co KG, Berlin

Druck

Walter Grützmaker GmbH & Co. KG,
Berlin

Nachdruck und sonstige Verbreitung
– auch auszugsweise – nur mit
Quellenangabe und unter Zusendung
eines Belegexemplars an die
Stabsabteilung Kommunikation des
DIW Berlin (Kundenservice@diw.de)
zulässig.

Gedruckt auf
100 Prozent Recyclingpapier.